

INDICE

Editoriale

#IoScelgoCoris. Un hub per studiare la comunicazione con vista sull'innovazione <i>di Mario Morcellini e Marco Bruno</i>	2
---	---

Lauree triennali

Comunicazione pubblica e d'impresa	6
Comunicazione, tecnologie e culture digitali	9
Cooperazione internazionale e sviluppo	12

Lauree magistrali

Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni	16
Media, comunicazione digitale e giornalismo	20
Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa	23
Scienze dello sviluppo e della cooperazione internazionale	25
Comunicazione scientifica biomedica	29
Design, comunicazione visiva e multimediale	29

Offerta post-lauream	30
---------------------------------------	----

Strutture e servizi	30
--------------------------------------	----

Sedi	31
-----------------------	----

Calendario didattico 2015-2016	32
---	----

Tutor	8
SOrT - Servizio Orientamento e Tutorato	11
Segreterie	19

IN EVIDENZA

Dagli studenti	4
Area web.	8
RadioLab-RadioSapienza.	11
Erasmus	14
Medialab.	29
Placement.	29
MediaPeriscope.	32

Le informazioni contenute in questo Manifesto sono integrate e costantemente aggiornate nell'area web del Coris, al sito www.coris.uniroma1.it.

Il Manifesto degli Studi è per definizione un lavoro collettivo che ha visto impegnati soggetti istituzionali, collaboratori e studenti. In particolare, si ringraziano: il Direttore Mario Morcellini, Marco Bruno e Raffaele Lombardi per il coordinamento del progetto; Stefania Di Mario (area web); Cosimo Miraglia per la progettazione grafica e impaginazione; Fabio Stefano Alla e Moira Colantoni per la copertina. I testi sono stati redatti dai componenti della Commissione Orientamento e Tutorato del CORIS.

#IoScelgoCoris

Un hub per studiare la comunicazione con vista sull'innovazione

Oggi la comunicazione è una *risorsa universale e di cittadinanza*, il luogo in cui si concentrano cultura, intrattenimento, informazione, ma anche il benessere e i progetti di rinnovamento sociale, e, dunque, la discussione sui valori nella società della conoscenza.

È circolata in passato una fiducia, in chiave fin troppo ottimistica, nella comunicazione come agente di mutamento sociale e alimentatore dei rapporti tra gli individui; da altri versanti, invece, lo studio della comunicazione viene sovente schiacciato dal peso dei luoghi comuni e del diletterantismo analitico. Proprio contro questo sterile bipolarismo, occorre riaffermare con forza il valore di uno studio sistematico, di profondità, dei processi comunicativi e del ruolo che essi occupano nella contemporaneità, uno studio che solo l'istituzione e l'istruzione universitaria possono fornire, anche come avvicinamento competitivo verso l'Europa e il mondo.

La formazione accademica alla Comunicazione rappresenta un *elemento di modernità irrinunciabile*, specialmente in un paese in cui i consumi comunicativi complessivamente subiscono una flessione inferiore rispetto ad altri comparti dell'immateriale sotto i colpi della crisi economica, ma dove gli individui, seppur così ricchi di comunicazione, non mostrano i segni che un tale capitale dovrebbe riverberare sul piano sociale.

In un paese in cui la fiducia nella politica e nelle istituzioni è in continuo calo, sebbene le élite di governo tentino di inseguire la contemporaneità anche appropriandosi degli strumenti e dei linguaggi comunicativi a essa ascrivibili e dove la scuola non è più percepita come il teatro della socializzazione, nonostante i tentativi di rendere l'apprendimento sempre più mirato e mediato dalle tecnologie, occorre interrogarsi criticamente – con un particolare occhio ai giovani, incubatori di tendenze future – sulle responsabilità della Comunicazione.

Nel panorama attuale, il sapere critico sulla Comunicazione – una *sociologia critica della comunicazione* – è fondamentale per disvelare direzione e potenzialità dell'innovazione sociale, ben oltre le effimere manifestazioni di cambiamenti congiunturali o retorici nuovismi. Ed è solo investendo sulla critica dei saperi che l'Università può affermare con forza il valore degli studi umanistici e delle scienze sociali, rafforzati dal *continuo incontro disciplinare*. Occorre ricordare, infatti, che gli studi di Comunicazione sono, dalle origini, crocevia di più saperi e tradizioni scientifiche: sociologia, psicologia, economia, diritto, antropologia, storia, linguistica, semiotica, filosofia, statistica e informatica.

I nostri curricula dimostrano la volontà di innovare la formazione alla comunicazione, attestando alcuni punti di forza: il ruolo strategico delle

discipline della tradizione; il valore dell'interdisciplinarietà; l'educazione all'apprendimento (saper sapere) che non si esaurisca nelle aule universitarie; lo studio come viaggio e come anabasi che prevede continui attraversamenti tra formazione, lavoro ed esperienza vissuta.

Entro una tale *varietà di stimoli* culturali va letta l'esperienza dello studente che decida di studiare al Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale; la nostra comunità scientifica dimostra come, nell'Università di oggi, sia impossibile sottrarsi alla partecipazione a una rete di saperi globali, nella quale docenti e studenti si impegnano a sperimentare, nell'attività quotidiana di didattica, di ricerca e di studio, gli stimoli e le sfide all'apprendimento offerti da una società complessa.

Lo studente che sceglia il Coris si trova immerso in un'istituzione educativa in grado di bilanciare sapientemente la forza dei saperi tradizionali e la consapevolezza del valore della propria eredità disciplinare, dove il modello formativo presenta un'innovazione ormai consuetudinaria: lo studente, in un energico rovesciamento di paradigma, si trova al centro dell'impegno della comunità di docenti.

Siamo convinti, come formatori alla Comunicazione, che solo attraverso una *collaborazione partecipativa* si possano ottenere risultati ottimali. Studenti che vogliono mettersi in gioco, divenire parte attiva dei processi formativi e della loro innovazione, essere protagonisti di una comunità scientifica e non semplici fruitori di saperi, troveranno nel Coris un luogo dove allenare le proprie attitudini all'apprendimento costante[ne è esempio una delle lettere ricevute, di cui riportiamo *di seguito un estratto*].

Il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, istituito alla Sapienza nel 2010, in continuità con la tradizione della prima Facoltà statale di Scienze della Comunicazione in Italia, offre una varietà di percorsi formativi che hanno in comune l'attenzione dedicata *al ruolo dei media e delle nuove tecnologie*, non come cammino autoreferenziale, bensì in quanto frammento di un oggetto di studio più ampio, comprendente la molteplicità delle piattaforme espressive e di interazione che contribuiscono a intrecciare il tessuto delle relazioni sociali. Proprio in virtù dell'immersione dell'esperienza quotidiana nel flusso dei messaggi mediali e per la domesticazione tecnologica dei media come strumenti di utilizzo comune e professionale, sosteniamo la necessità di uno sguardo analitico e rigoroso in grado di disvelarne funzioni, linguaggi e influsso sulle relazioni sociali.

I nostri corsi, pertanto, formano professionisti dotati di capacità critiche con le quali affrontare il continuo evolversi delle tecnologie e della società, che hanno cura di coltivare la sensibilità deontologica e l'impegno sociale: l'intrinseca *creatività delle professioni comunicative* le rende particolarmente resilienti, capaci di osteggiare crisi attraverso l'innovazione, traino

dell'economia dell'immateriale. Centrale è inoltre lo sguardo all'Erasmus e all'*internazionalizzazione*, una opportunità per docenti, ricercatori e studenti che non deve essere vista come "fuga" verso l'estero ma come pieno inserimento delle nostre attività di studio e professionalizzazione in una rete di saperi e chances globali (il Coris, infatti, partecipa a numerosi progetti di scambio internazionale - attualmente con 39 università europee e 8 extraeuropee - per la mobilità di studenti e docenti).

Dalla pluriennale esperienza di monitoraggio e analisi sui destini occupazionali dei nostri laureati (www.unimonitor.it) emerge che questi si collocano maggiormente nel marketing e nella comunicazione d'impresa, seguiti dall'area dell'informazione nelle sue varie declinazioni (giornalismo, ufficio stampa ed editoria). Il Dipartimento è inoltre parte attiva nel fornire strumenti di orientamento utili all'ingresso nel modo lavorativo, anche grazie a un'intensa attività di placement (tra il 2010 e il marzo 2015 sono stati attivati contatti, tirocini e stage, con 1230 tra aziende, organizzazioni pubbliche o non profit, oltre 200 nel solo 2014).

Siamo soliti condividere con gli studenti non solo lo studio quotidiano ma anche variegate proposte culturali, per le quali ci aspettiamo molto dall'iniziativa degli stessi studenti, nella convinzione che i docenti possano essere solide guide assieme alle quali affrontare il percorso formativo, le sue difficoltà e i momenti più entusiasmanti. Il nostro impegno è rivolto a tutti quelli che desiderano investire nella formazione, scommettendo su un campo accademico relativamente giovane, a loro proponiamo di essere parte attiva di una comunità culturale. Ci accompagneremo a vicenda in un viaggio nel quale la cultura non è solo il faro raggiungibile alla fine del percorso formativo, un punto d'arrivo cristallizzato: nella formazione è importante il percorso, e non solo la meta. Cerchiamo studenti che vogliano condividere con noi questo pezzo di strada.

Mario Morcellini, Direttore del Dipartimento CORIS
Marco Bruno, Delegato Orientamento e Tutorato CORIS

DAGLI STUDENTI...

Cari Professori,

scrivo per ringraziarvi per la formazione che avete dato a me e a tanti dei miei colleghi che troppo spesso si lamentano dell'istituzione Sapienza, dimenticandosi di professori eccezionali come voi [...].

Durante l'ultimo anno ho avuto modo di lavorare con studenti provenienti da ogni parte del mondo e con profili molto diversi tra loro. Solo così mi sono accorta di quanto la Sapienza, seppur quasi "torturandoli", prepari in modo eccezionale i suoi studenti [...].

Oggi io sono orgogliosa di poter scrivere sul mio cv il nome Sapienza e soprattutto il corso di Comunicazione, tanto sottovalutato in Italia quanto stimato e valutato all'estero.

Diletta Di Matteo, laureata in Comunicazione pubblica e d'impresa, a.a. 2013-14



L'offerta formativa LAUREE TRIENNALI

MODALITÀ D'ACCESSO

Per i corsi di laurea triennali - Prova d'ingresso per la verifica delle conoscenze.

L'accesso ai corsi prevede la partecipazione a una prova di valutazione, obbligatoria ma non vincolante nell'esito, regolata da appositi bandi in conformità a quanto stabilito dall'Ateneo. Lo studente che non risultasse idoneo alla valutazione potrà comunque immatricolarsi al corso di laurea; saranno indicati, in questo caso, specifici obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare entro il primo anno di corso. Vedi Bandi disponibili sul sito di Ateneo.

Corso di laurea triennale in COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA

www.coris.uniroma1.it/impresa1516

Classe L-20, lauree in Scienze della Comunicazione

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea triennale in Comunicazione pubblica e d'impresa forma laureati dotati di un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici nell'area dei processi culturali e della comunicazione organizzativa, finalizzati alla formazione di base di professionisti con competenze nei settori delle imprese, delle istituzioni pubbliche e delle organizzazioni non profit. Il Corso di laurea offre una formazione di base per la figura professionale di "comunicatore d'impresa e pubblico", prevista nell'ambito delle organizzazioni pubbliche e private.

I laureati in Comunicazione pubblica e d'impresa devono dimostrare di possedere:

- conoscenze dei modelli e processi comunicativi, delle tecniche di informazione, nonché adeguate competenze metodologiche per elaborarli e utilizzarli;
- fondamenti disciplinari indispensabili alla comprensione del funzionamento delle organizzazioni pubbliche e private;
- abilità professionali nel campo della comunicazione e della pubblicità nelle imprese, nelle organizzazioni pubbliche e dell'area non profit, nonché nelle agenzie di comunicazione;
- conoscenza di due lingue straniere e proprietà di linguaggio e di scrittura della lingua italiana, acquisite anche attraverso attività laboratoriali.

Ambiti occupazionali previsti

I laureati in Comunicazione pubblica e d'impresa potranno svolgere attività professionali nelle agenzie pubblicitarie, nell'area marketing e comunicazione, nell'area delle relazioni pubbliche di aziende private, della Pubblica Amministrazione e del non profit, e in ogni altro settore nel quale risulti centrale la comunicazione applicata alle organizzazioni. Essi potranno ricoprire ruoli professionali negli uffici relazioni con il pubblico e nelle altre strutture preposte alla comunicazione, secondo quanto previsto dalla Legge 150/2000 che stabilisce le direttive generali per la definizione dei profili professionali dei comunicatori pubblici.

Il Corso di laurea in Comunicazione pubblica e d'impresa prepara ai seguenti profili professionali:

- Account pubblicitario;
- Art-buyer nelle agenzie di pubblicità;
- Collaboratore alla creazione e redazione di testi pubblicitari;
- Collaboratore alle attività di analisi di mercato;
- Collaboratore dei consulenti di immagine;
- Esperto di promozione turistica;
- Producer pubblicitario;
- Responsabile della comunicazione sociale;
- Supervisore delle attività di customer care;
- Tecnico di marketing e management turistico;
- Tecnico di marketing operativo e strategico

Articolazione del percorso formativo - 180 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
Sociologia dei processi culturali (SPS/08)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Sociologia della comunicazione (SPS/08) oppure Politiche per i media e la comunicazione (SPS/08)	6
Storia contemporanea e storia dei partiti e dei movimenti (M-STO/04)	9
Fondamenti di scienze sociali (SPS/07)	9
Psicologia sociale della comunicazione (M-PSI/05)	9
Diritto privato e della comunicazione (IUS/01)	9
Informatica e tecnologie della comunicazione digitale (INF/01)	9
Laboratorio di scrittura e cultura della comunicazione *	3
Totale	60

II anno	Cfu
Teorie della comunicazione e dei nuovi media (SPS/08)	9
Scienze semiotiche del testo e dei linguaggi (M-FIL/05)	9
Metodologia della ricerca sociale (SPS/07)	9
Fonti e strumenti statistici per la comunicazione (SECS-S/05)	6
Sociologia della politica (SPS/011)	6
Fondamenti di economia politica (SECS-P/01)	6
Sistemi socio-economici (SPS/07)	9
Lingua inglese *	5
Lingua spagnola *	4
Totale	63

III anno	Cfu
Market driven management (SECS-P/08)	6
Comunicazione d'impresa - Laboratorio di strategie pubblicitarie (SECS-P/10+SPS/08)	9
Comunicazione pubblica e istituzionale - Laboratorio di comunicazione organizzativa (SPS/08)	9
Criminologia e sociologia della devianza (SPS/12)	6
Filosofia e scienza politica (IUS/20)	6
Attività a scelta dello studente	12
Prova finale	9
Totale	57

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Tutor

Per ogni Corso di laurea è prevista la figura del tutor, cui gli studenti possono rivolgersi per chiedere chiarimenti sugli aspetti didattico-scientifici dell'offerta formativa e consigli sull'organizzazione del percorso di studio tra lezioni, esami, attività a scelta e stage. I tutor dei diversi Corsi di laurea sono consultabili alla pagina www.coris.uniroma1.it/dipartimento/governo/aree-didattiche-tutor.

AREA WEB

Da sempre il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale è presente in rete con una serie di servizi pensati per gli studenti. Il sito www.coris.uniroma1.it è al centro di tutte le attività di didattica e di orientamento. È presente un'area riservata dove gli studenti, previa registrazione, trovano tutte le informazioni e i servizi interattivi.

Oltre al sito sono attivi i canali Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr e Youtube.
Web Master: Stefania Di Mario. Via Salaria 113 (piano terra, stanza T086)

www.coris.uniroma1.it
Segui corissapienza



Corso di laurea triennale in COMUNICAZIONE, TECNOLOGIE E CULTURE DIGITALI

www.coris.uniroma1.it/tecnologie1516

Classe L-20, lauree in Scienze della Comunicazione

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea triennale in Comunicazione, tecnologie e culture digitali forma laureati in possesso di un'adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali, dotati di specifiche competenze nell'area delle tecnologie digitali, dei sistemi di informazione e dei diversi settori dell'industria culturale (stampa, editoria, cinema, teatro, radio, televisione, media digitali).

I laureati in Comunicazione, tecnologie e culture digitali, in particolare, devono dimostrare di possedere:

- competenze di base per analizzare i sistemi della comunicazione e per applicare le principali tecniche di ricerca sociale e analisi dei dati;
- consapevolezza delle possibili declinazioni dei processi comunicativi in ambito psicologico, semiotico-linguistico, antropologico;
- abilità indispensabili per la scrittura e lo svolgimento di attività redazionali, acquisite anche attraverso attività laboratoriali;
- conoscenze necessarie per operare nel campo delle tecnologie sia tradizionali che di nuova generazione, con particolare riferimento alla multimedialità;
- conoscenza di due lingue straniere e proprietà di linguaggio e di scrittura della lingua italiana, acquisite anche attraverso attività laboratoriali.

Ambiti occupazionali previsti

I laureati in Comunicazione, tecnologie e culture digitali potranno svolgere compiti professionali nei diversi ambiti dell'industria culturale (giornali, editoria, cinema, teatro, radio, televisione, nuovi media) e nel settore dei beni e consumi culturali (eventi, spettacoli, musica, moda, turismo). In particolare, potranno essere impegnati nelle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, nell'area degli uffici stampa e del lavoro redazionale, della comunicazione pubblicitaria, della progettazione di contenuti audiovisivi e multimediali.

Il Corso di laurea in Comunicazione, tecnologie e culture digitali prepara ai seguenti profili professionali:

- Addetto alle relazioni pubbliche, public relations executive
- Collaboratore alle produzioni radiofoniche, televisive e audiovisive
- Collaboratore alla progettazione di sistemi informativi multimediali on-line
- Collaboratore alla redazione di testi radiofonici, televisivi, di fiction, per audiovisivi, cinema, web, informazione stampata e on-line
- Supervisore di call center e help desk, tecnico della gestione dei servizi nei call center
- Tecnico del marketing, con particolare riferimento al web marketing.

Articolazione del percorso formativo - 180 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
Sociologia dei processi culturali (SPS/08)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Sociologia della comunicazione (SPS/08) oppure	6
Politiche per i media e la comunicazione (SPS/08)	
Storia contemporanea e della comunicazione (M-STO/04)	9
Fondamenti di scienze sociali (SPS/07)	9
Psicologia sociale della comunicazione (M-PSI/05)	9
Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione (IUS/09)	9
Informatica e tecnologie della comunicazione digitale (INF/01)	9
Laboratorio di scrittura e cultura della comunicazione *	3
Totale	60

II anno	Cfu
Teorie della comunicazione e dei nuovi media (SPS/08)	9
Scienze semiotiche del testo e dei linguaggi (M-FIL/05)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Metodologia della ricerca sociale (SPS/07) oppure	9
Metodi di ricerca per la comunicazione (SPS/08)	
Analisi dei dati per la comunicazione (SECS-S/01)	6
Scienza della politica (SPS/04)	6
Fondamenti di economia politica (SECS-P/01)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Sociologia dell'ambiente e del territorio (SPS/10) oppure	6
Sociologia dell'organizzazione (SPS/09)	
Lingua inglese *	5
Lingua spagnola *	4
Totale	60

III anno	Cfu
Industria culturale e media studies - Laboratorio di analisi dei prodotti culturali (SPS/08)	9
Innovazione e analisi dei modelli di giornalismo - Laboratorio di tecniche e linguaggi del giornalismo (SPS/08+L-FIL-LET/12)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Teoria e tecniche della televisione (SPS/08) <i>oppure</i> Storia della radio e della televisione (L-ART/06) <i>oppure</i> Linguaggi e formati del cinema e dell'audiovisivo (SPS/08)	9
Market driven management (SECS-P/08)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Etnologia e antropologia culturale (M-DEA/01) <i>oppure</i> Letteratura, arte e comunicazione (SPS/08) <i>oppure</i> Analisi sociale della metropoli (SPS/08)	6
Attività a scelta dello studente	12
Prova finale	9
Totale	60

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un' idoneità.

SOrT – Servizio Orientamento e Tutorato

Lo Sportello SOrT offre un servizio di orientamento a potenziali matricole, studenti iscritti e laureati, fornendo le informazioni di base su articolazione degli ordinamenti didattici, procedure amministrative, servizi e recapiti utili. Gli sportelli sono gestiti da studenti vincitori di borse di collaborazione.

Responsabile scientifico: Marco Bruno. Responsabile amministrativo: Adriano Perri.

SOrT – Servizio Orientamento e Tutorato: Via Salaria 113 (1° piano, box di fronte all'aula

B7) Orari di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 10.00 - 13.00 e dalle 14.00 - 17.00,

T. (+39) 06.49918388 - www.coris.uniroma1.it/sort - sortsd@uniroma1.it

RADIOLAB - RADIOSAPIENZA

Il RadioLab è un centro di produzione e sperimentazione radiofonica, nato nell'autunno 2007 con la supervisione di RadioRai. Al suo interno sono presenti sistemi di regia automatica e uno studio di registrazione professionale per la realizzazione di programmi. Studenti e docenti possono usufruire del supporto tecnico e organizzativo dei responsabili della struttura per la realizzazione e messa in onda di programmi e per attività istituzionali. Il RadioLab ospita inoltre le attività di RadioSapienza, la web radio dell'Ateneo.

www.coris.uniroma1.it/radiolab, www.radiosapienza.net, info@radiosapienza.net.

Corso di laurea triennale interfacoltà in COOPERAZIONE INTERNAZIONALE E SVILUPPO

www.coris.uniroma1.it/cooperazione1516

Classe L-37, lauree in Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace
Corso erogato in collaborazione con altri Dipartimenti. Sede amministrativa
Dipartimento CORIS

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso offre una preparazione che consente di gestire le politiche per la cooperazione e lo sviluppo, con particolare attenzione agli aspetti istituzionali e socioculturali.

Il corso si caratterizza per un'offerta formativa spiccatamente interdisciplinare e fornisce una conoscenza approfondita delle metodologie finalizzate all'elaborazione di programmi e progetti per la pace e per la cooperazione multi e bilaterale.

Fornisce altresì le seguenti competenze di base:

- adeguata conoscenza nell'area delle discipline demo-etno-antropologiche, dello sviluppo e del mutamento sociale e politico;
- familiarità con i fenomeni di globalizzazione dell'economia, con le dinamiche interculturali e con le componenti antropologiche, sociali, culturali e istituzionali dello sviluppo;
- conoscenza avanzata della lingua inglese e, alternativamente, del francese o dello spagnolo;
- capacità di utilizzare gli strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione.

Ambiti occupazionali previsti

I laureati in Cooperazione internazionale e sviluppo potranno svolgere attività professionali nella Pubblica Amministrazione, presso le organizzazioni nazionali e internazionali, anche non governative, presso società private nel campo della cooperazione allo sviluppo, del volontariato e del terzo settore, nonché presso istituzioni educative e della cooperazione sociale e culturale fra paesi a diverso grado di sviluppo. Potranno altresì operare in attività di consulenza e progettazione specializzata, nonché accedere a lauree magistrali e a percorsi formativi avanzati nel campo delle scienze sociali.

Il Corso di laurea in Cooperazione internazionale e sviluppo prepara ai seguenti profili professionali:

- Agente di organizzazione non governativa
- Agente di sviluppo locale
- Esperto in diritti umani
- Esperto in peace-keeping/peace building
- Esperto in progetti di cooperazione e sviluppo
- Esperto in programmazione nazionale
- Operatore della cooperazione internazionale
- Preparatore di bandi
- Volontario internazionale

Articolazione del percorso formativo - 180 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Elementi di sociologia politica (SPS/11) <i>oppure</i> Istituzioni di sociologia e comunicazione (SPS/07)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia contemporanea (M-STO/04) <i>oppure</i> Storia della modernizzazione (M-STO/02)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia delle dottrine politiche (SPS/02) <i>oppure</i> Diritto pubblico (IUS/09)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Etnologia (M-DEA/01) <i>oppure</i> Antropologia culturale (M-DEA/01)	6
Economia politica (SECS-P/01)	9
Geografia (M-GGR/01)	9
Lingua inglese (L-LIN/12)	6
Totale	57

II anno	Cfu
Economia dello sviluppo (SECS-P/01)	9
Economia politica internazionale (SECS-P/01)	9
Diritto pubblico comparato base (IUS/21)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Lingua francese (L-LIN/04) <i>oppure</i> Lingua spagnola (L-LIN/07)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Scienza della politica (SPS/04) <i>oppure</i> Sociologia delle istituzioni e del mutamento (SPS/07)	6
Diritto internazionale (IUS/13)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Analisi dei movimenti migratori (SECS-S/04) <i>oppure</i> Demografia (SECS-S/04)	9
Totale	57

III anno	Cfu
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Storia delle relazioni internazionali (SPS/06) <i>oppure</i>	9
Nazionalismi e minoranze nazionali in Europa (M-STO/03)	
Storia dell'Europa orientale (M-STO/03)	9
Strategie per la cooperazione (M-GGR/01)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Psicologia sociale e della comunicazione (M-PSI/05) <i>oppure</i>	9
Antropologia della cooperazione internazionale e dei processi di sviluppo (M-DEA/01)	
Tecnologie alimentari e nutrizione nei PVS (SECS-P/13)	9
Soft skills *	3
Attività a scelta dello studente	12
Tirocini, stage	2
Prova finale	4
Totale	66

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

ERASMUS

Numerosi sono i progetti di scambio internazionale per la mobilità di studenti e docenti. Attualmente sono attive collaborazioni con 39 università europee e 8 extraeuropee.

Austria Universität Wien. **Belgio** Université Catholique de Louvain, Universiteit Gent.
Estonia University of Tartu. **Finlandia** University of Tampere. **Francia** Université Panthéon-Assas Paris II, Université Paris 8 Vincennes-Saint Denis, Université Rennes 2. **Germania** Humboldt-Universität zu Berlin, Leuphana Universität Lüneburg, Ludwig-Maximilians-Universität München. **Lettonia** Riga Technical University. **Polonia** Uniwersytet Jagielloński.
Portogallo Universidade Autónoma de Lisboa, Universidade Católica Portuguesa, Instituto Politécnico de Lisboa, Universidade do Porto. **Repubblica Ceca** Univerzita Karlova.
Romania Universitatea din Bucuresti. **Slovenia** University of Ljubljana. **Spagna** Universitat Autònoma de Barcelona, Universidad del País Vasco, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Carlos III de Madrid, Universidad Pontificia de Salamanca, Universitat de València, Universidad de Vigo, Universidad de Málaga, Universidad de Murcia, Universidad San Jorge, Universitat de Barcelona, Universidad de Granada, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad de Zaragoza, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Sevilla. **Turchia** Hacettepe Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Yeditepe Üniversitesi.

Argentina Universidad Nacional de Avellaneda Buenos Aires. **Bolivia** Universidad Pública de El Alto La Paz. **Brasile** Universidade de São Paulo, Pontificia Universidade Católica de São Paulo. **Colombia** Universidad Santiago de Cali. **Messico** Universidad El Colef. **Senegal** Université Assane SECK de Ziguinchor.

Ufficio Erasmus: www.coris.uniroma1.it/erasmus

Accordi internazionali extra-europei: www.coris.uniroma1.it/accordi-internazionali-extra-europei



L'offerta formativa LAUREE MAGISTRALI

MODALITÀ D'ACCESSO

Per i corsi di laurea magistrali - Verifica dei requisiti e della personale preparazione

L'accesso ai corsi Magistrali è subordinato alla verifica delle conoscenze acquisite. Tale procedura varia a seconda dei singoli corsi di laurea e i dettagli sono contenuti nei rispettivi regolamenti didattici. Le modalità per richiedere di essere sottoposti alla verifica sono indicate nelle apposite Schede informative disponibili sul sito di Ateneo.

Corso di laurea magistrale in COMUNICAZIONE, VALUTAZIONE E RICERCA SOCIALE PER LE ORGANIZZAZIONI

www.coris.uniroma1.it/valutazione1516

Indirizzo **Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit** (Classe LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità);
Indirizzo **Valutazione e ricerca sociale applicata** (Classe LM-88, lauree in Sociologia e ricerca sociale)

Obiettivi formativi e competenze

La laurea magistrale in Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni offre un percorso formativo volto a fornire un mix di conoscenze e competenze necessarie allo svolgimento di attività di progettazione e gestione dei processi comunicativi, di monitoraggio e di valutazione all'interno di istituzioni e organizzazioni pubbliche, private e non profit. Tali competenze sono orientate allo svolgimento delle seguenti attività:

- analisi dei modelli gestionali e comunicativi che caratterizzano l'innovazione istituzionale e organizzativa;
- coordinamento e realizzazione di ricerche applicate al monitoraggio e alla valutazione di programmi, di politiche pubbliche, di progetti, di interventi, di azioni;
- progettazione, coordinamento e gestione di piani e servizi di comunicazione;
- pianificazione di campagne istituzionali e promozionali;
- organizzazione di eventi e gestione delle sponsorizzazioni;
- analisi dei modelli di governance e dei processi di comunicazione e partecipazione politica.

La laurea magistrale in Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni è una laurea interclasse, nel senso che il suo ordinamento didattico soddisfa contemporaneamente i requisiti di due classi di laurea magistrale: LM-59 *Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità*, e LM-88 *Sociologia e ricerca sociale*. Per tale ragione, il percorso formativo, pur avendo un carattere di forte unitarietà basato su un corpo di insegnamenti comuni di primo anno, per 60 crediti complessivi, al secondo anno si articola in due indirizzi di specializzazione:

- **Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit** (LM-59);
- **Valutazione e ricerca sociale applicata** (LM-88).

Al momento dell'iscrizione, gli studenti devono indicare la classe di laurea nella quale intendono conseguire il titolo magistrale, ma al termine del primo anno l'opzione inizialmente effettuata può essere modificata.

Profili professionali e ambiti occupazionali previsti

La laurea magistrale interclasse in Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni forma figure professionali con competenze avanzate di progettazione, gestione e coordinamento delle attività di comunicazione, ricerca e valutazione per le organizzazioni.

- Analista di mercato
- Consulente esperto nella progettazione, gestione e valutazione di interventi sociali destinati alla collettività o a gruppi specifici
- Consulente in comunicazione pubblica
- Esperto in sistemi di comunicazione on line
- Esperto in pianificazione di mercato
- Esperto nello studio, gestione e controllo dei fenomeni sociali
- Progettista e valutatore di campagne di comunicazione sociale
- Project manager
- Redattore di testi per la pubblicità
- Responsabile comunicazione e marketing
- Responsabile degli uffici comunicazione e relazione con il pubblico (ex Legge 150/2000)
- Responsabile delle relazioni pubbliche
- Responsabile delle sponsorizzazioni e partnership
- Responsabile di centri/enti di ricerca sociale e di formazione per la valutazione i fenomeni complessi
- Responsabile di gestione progetto
- Ricercatore specializzato nell'analisi e nella previsione di processi, effetti ed impatti sociali
- Sociologo
- Specialista del controllo nella Pubblica Amministrazione
- Specialista della gestione nella Pubblica Amministrazione
- Specialista delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate
- Valutatore professionale

Tali profili possono trovare collocazione nelle amministrazioni pubbliche e private; negli Enti locali (in particolare nell'attuale fase di riprogettazione); in istituti, organismi ed enti di ricerca, alta formazione, studio e documentazione; nelle strutture del servizio e dell'intervento sociale; in enti di programmazione, pianificazione, controllo e valutazione; in uffici studi di aziende, imprese e organizzazioni del terzo settore.

Articolazione del percorso formativo - 120 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno - Indirizzo Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit	Cfu
Teoria dell'azione e della decisione (SPS/07)	9
Comunicazione sociale e istituzionale - Laboratorio di progettazione e valutazione delle campagne di comunicazione (SPS/08 - SPS/07)	12
Teorie e pratiche della valutazione - Laboratorio di ricerca valutativa (SPS/07)	9
Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali (SPS/11)	6
Laboratorio di inglese specialistico *	3
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE (IUS/08) oppure Filosofia delle istituzioni politiche (IUS/20)	9
Attività a scelta dello studente	9
Totale	57

II anno - Indirizzo Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit	Cfu
Marketing strategico (SECS-P/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Sistemi politici e istituzionali (SPS/04) oppure Partecipazione e comunicazione politica (SPS/04)	9
Gestione e comunicazione degli eventi (SPS/08)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Social media management (SPS/08) oppure Comunicazione, advocacy e consumo responsabile (SPS/08)	6
Relazioni istituzionali e responsabilità sociale di impresa (SPS/11)	6
Metodologie qualitative per l'analisi della soddisfazione dell'utenza (SPS/07)	3
Stage	6
Prova finale + Laboratorio propedeutico	18
Totale	63

I anno - Indirizzo Valutazione e ricerca sociale applicata	Cfu
Teoria dell'azione e della decisione (SPS/07)	9
Comunicazione sociale e istituzionale - Laboratorio di progettazione e valutazione delle campagne di comunicazione (SPS/08 - SPS/07)	12
Teorie e pratiche della valutazione - Laboratorio di ricerca valutativa (SPS/07)	9
Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali (SPS/11)	6
Laboratorio di inglese specialistico *	3
Strategie di ricerca sociale (SPS/07)	6
Attività a scelta dello studente	9
Totale	54

II anno - Indirizzo Valutazione e ricerca sociale applicata	Cfu
Marketing strategico (SECS-P/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Sistemi politici e istituzionali (SPS/04) oppure Partecipazione e comunicazione politica (SPS/04)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Modelli e pratiche di relazione interculturale (SPS/07) oppure Comportamenti collettivi e sostenibilità socio-ambientale (SPS/07)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Valutazione delle politiche formative - Laboratorio di ricerca applicata (SPS/07) oppure Reti sociali e stili di vita - Laboratorio di ricerca applicata (SPS/07)	9
Integrazione sociale e dinamiche psico-culturali (M-PSI/05)	6
Religione e mutamento sociale (M-FIL/06)	6
Stage	3
Prova finale	18
Totale	66

*L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

SEGRETERIE

Segreteria Didattica per i corsi CORIS

Fornisce chiarimenti su offerta formativa, percorsi formativi, cambi di ordinamento, passaggi da un Corso di laurea ad un altro, trasferimenti e riconoscimento esami, part time. Per i Corsi di laurea triennale e quinquennale (vecchi ordinamenti): Maria Teresa Brandimarte (teresa.brandimarte@uniroma1.it).

Per i Corsi di laurea magistrale: www.coris.uniroma1.it/segreteria, magistralcoris@uniroma1.it. Sabina Perelli, Massimo Grieco.

Segreteria Studenti per i corsi CORIS

È il riferimento per tutte questioni amministrative, iscrizioni, pagamento delle tasse, registrazione degli esami, rilascio di certificati, procedure per la domanda di laurea. Segreteria studenti dei corsi del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale: Via Principe Amedeo 184 (primo piano), Responsabile: Ivana Delle Grotti, www.coris.uniroma1.it/amministrativa, segrstudenti.comunicazione@uniroma1.it

Corso di laurea magistrale in MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E GIORNALISMO

www.coris.uniroma1.it/media1516

Classe LM-19, lauree in Informazione e sistemi editoriali

MAGISTRALI

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo forma figure professionali con competenze di livello avanzato in materia di progettazione e gestione di contenuti (anche di tipo informativo) e di servizi nel campo dei media, della comunicazione digitale e del giornalismo. Si tratta di figure qualificate per lo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità nelle aziende che operano nel settore dell'informazione e dei media.

I laureati in Media, comunicazione digitale e giornalismo devono possedere:

- un'approfondita preparazione nell'ambito dei paradigmi scientifici dei *media studies* e degli *audience studies*, insieme a conoscenze avanzate del sistema dell'informazione, delle sue regole e dei criteri di deontologia professionale;
- una specifica conoscenza dei diversi sistemi medialità dal punto di vista dello sviluppo tecnologico, dei modelli di *business* e delle modalità espressive, delle forme retoriche e degli stili redazionali propri di ciascun formato mediale (carta stampata, radio, televisione, *on line*);
- fondamentali competenze metodologiche per progettare e gestire le analisi dei pubblici e le ricerche di mercato;
- capacità preposte alla progettazione, gestione e valutazione dell'usabilità di sistemi interattivi su diversi dispositivi (pc, tv, tablet etc.), per l'elaborazione e la gestione delle informazioni negli ambienti digitali e di rete;
- abilità redazionali per la scrittura di contenuti giornalistici, audiovisivi e ipertestuali, e conoscenze adeguate per la gestione di uffici stampa e comunicazione;
- professionalità indispensabili per l'organizzazione, la gestione e il marketing delle imprese medialità ed editoriali.

Nel secondo anno il curriculum di studio si articola in due indirizzi altamente caratterizzanti, orientati a coniugare un elevato grado di conoscenza specialistica con un'adeguata formazione operativa:

- **Indirizzo Media Studies;**
- **Indirizzo Giornalismo.**

Il Corso di laurea magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo prepara ai seguenti profili professionali:

- Analisti di mercato
- Autore radiotelevisivo e cinematografico
- Designer dell'interazione
- Dialoghista, soggettista, paroliere
- Gestore di servizi informativi on line
- Giornalista
- Ideatore e adattatore di format multimediali
- Interactive Marketing Manager
- Multimedia project manager
- Programming marketing manager
- Professional media buyer
- Professional media planner
- Public relation manager
- Redattore in agenzie di stampa, periodici, quotidiani
- Responsabile di linee editoriali in redazioni e case editrici
- Responsabile di uffici stampa e comunicazione in organizzazioni pubbliche e private
- Social media manager

Articolazione del percorso formativo - 120 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia e modelli del giornalismo (SPS/08) oppure Culture e industrie della televisione - Laboratorio sui formati e i generi televisivi (SPS/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Internet studies (SPS/08) - Laboratorio di social media management (SPS/08) oppure Media digitali e data journalism - Laboratorio di strumenti per il data journalism (SPS/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Analisi dell'informazione e dei pubblici (SPS/08) oppure Analisi e teorie della modernità (SPS/08)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Analisi della moda e degli stili (SPS/07) oppure Reti sociali e stili di vita - Laboratorio di ricerca applicata (SPS/07)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Digital marketing (SECS-P/08) oppure Regolamentazione delle reti, privacy e proprietà intellettuale (IUS/01)	9
Laboratorio uffici stampa ed eventi *	3
Laboratorio di inglese specialistico *	3
Attività a scelta dello studente	9
Totale	57

Il anno - Indirizzo Media Studies		Cfu
Transmedia studies - Laboratorio di analisi dell'immaginario e dello storytelling (SPS/08)		9
Teoria e analisi delle audience - Laboratorio di ricerca sui media digitali e le audience multiscreen (SPS/08)		9
Connected and social television (SPS/08)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Teorie del cinema e dell'audiovisivo (SPS/08) oppure		6
Analisi della produzione e dei linguaggi musicali (SPS/08)		
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Contenuti e mercati della radiofonia (L-ART/06) oppure		6
Regolamentazione dei sistemi mediati (IUS/08)		
Semiotica della città e dei luoghi di consumo (M-FIL/05)		6
Laboratorio tesi di laurea *		3
Stage		3
Prova finale		15
	Totale	63

Il anno - Indirizzo Giornalismo		Cfu
Giornalismo radiotelevisivo - Laboratorio radiotelevisivo (SPS/08)		9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Giornalismo internazionale (SPS/08) oppure Giornalismo politico-economico (SPS/08)		9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Comunicazione politica (SPS/08) oppure Psicologia della politica (M-PSI/05)		6
Teoria e analisi del discorso giornalistico (M-FIL/05)		6
Deontologia e diritto del giornalismo (IUS/01)		6
Sociologia delle relazioni internazionali (SPS/11)		6
Laboratorio tesi di laurea *		3
Stage		3
Prova finale		15
	Totale	63

*L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

MEDIALAB

Il MediaLab, nato nel 2005 per fornire agli studenti la possibilità di realizzare prodotti audiovisivi con attrezzature professionali, è un centro di formazione e produzione specializzato in nuovi linguaggi digitali e sperimentazione audiovisiva. Dalla sua istituzione sono stati prodotti cortometraggi, videoclip, documentari, video art andati in onda su reti televisive nazionali oppure presentati in occasioni pubbliche rilevanti sul piano culturale e istituzionale. www.coris.uniroma1.it/medialab

Corso di laurea magistrale in ORGANIZZAZIONE E MARKETING PER LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

www.coris.uniroma1.it/organizzazione1516

Classe LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa forma figure professionali specializzate nel campo del marketing e della comunicazione d'impresa, con competenze nella gestione di strategie e strumenti di valorizzazione delle imprese, fra i quali: relazioni istituzionali, progettazione integrata di prodotti e servizi, promozione della marca, gestione delle risorse umane, programmi di sviluppo organizzativo, monitoraggio dei fabbisogni dei consumatori. I laureati in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa devono possedere:

- un'approfondita conoscenza, teorica e pratica, delle tecniche pubblicitarie e di marketing finalizzate alla realizzazione di progetti di comunicazione integrata per la promozione di prodotti e servizi;
- spiccate abilità nel coordinare, organizzare e gestire relazioni e processi comunicativi sia all'interno delle organizzazioni sia tra gli *stakeholder* del sistema d'impresa;
- elevate capacità nell'ideare ed elaborare piani e programmi per la realizzazione di progetti e per la verifica della loro fattibilità;
- competenze necessarie alla gestione integrata del *brand*, anche in relazione agli aspetti che integrano la comunicazione interna ed esterna con gli strumenti della *corporate social responsibility*;
- adeguate conoscenze metodologiche per l'elaborazione e l'uso di strumenti per la raccolta e l'analisi dei dati riguardanti fabbisogni, opinioni e comportamenti dei pubblici delle organizzazioni (utenti, consumatori, etc.).

Il Corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa, prepara ai seguenti profili professionali:

- Analisti di mercato
- Assistente/Consulente/Responsabile del marketing e management delle imprese sportive
- Assistente/Consulente/Responsabile del marketing e management turistico
- Assistente/Consulente/Responsabile del marketing operativo e strategico

- Brand manager (addetto, aiuto-responsabile e responsabile del marketing di una linea di prodotti)
- Consulente della Corporate Social Responsibility
- Consulente per l'immagine e la comunicazione dell'impresa
- Media buyer e Media planner
- Public relations executive e professional (Media relations, Organizzazione di eventi, Public Affairs e Lobbying, Social Media Management, Crisis Communication, Comunicazione istituzionale integrata)
- Responsabile della comunicazione interna e delle Reti aziendali
- Responsabile delle comunicazione esterna
- Specialisti per l'organizzazione e la gestione delle risorse umane (sviluppo, formazione, assessment, valorizzazione delle competenze, customer satisfaction)
- Redattori di testi per pubblicità

Articolazione del percorso formativo - 120 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
Comunicazione per il management d'impresa (SPS/08)	9
Economia aziendale, bilancio, business plan (SECS-P/07)	9
Pubblicità e strategie di comunicazione integrata (SPS/08)	9
International business (SECS-P/01)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Sistema giuridico e mercato: attività e comunicazione d'impresa (IUS/01) <i>oppure</i> Relazioni istituzionali e responsabilità sociale d'impresa (SPS/11)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Brand design - Laboratorio di progettazione dell'identità visiva (SPS/08) <i>oppure</i> Metodi statistici per le ricerche di mercato (SECS-S/05)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Social media management (SPS/08) <i>oppure</i> Comunicazione, advocacy e consumo responsabile (SPS/08)	6
Attività a scelta dello studente	9
Totale	63

Il anno	Cfu
Sistemi organizzativi complessi nella società dell'innovazione - Laboratorio sui processi e la cultura organizzativa d'impresa (SPS/07+SPS/09)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Marketing strategico (SECS-P/08) oppure Marketing avanzato (SECS-P/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Psicologia dei consumi e della pubblicità (M-PSI/05) oppure Semiotica della città e dei luoghi di consumo (M-FIL/05)	9
Analisi dell'opinione pubblica, scelte di consumo e customer satisfaction (SPS/07)	6
Stage	3
Laboratorio di inglese specialistico *	3
Laboratorio tesi di laurea *	3
Prova finale	15
Totale	57

*L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Corso di laurea magistrale interfacoltà in SCIENZE DELLO SVILUPPO E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

www.coris.uniroma1.it/sviluppo1516

Classe LM-81, lauree in Scienze per la cooperazione allo sviluppo. Corso erogato in collaborazione con altri Dipartimenti. Sede amministrativa Dipartimento CORIS

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea magistrale interfacoltà in Scienze dello sviluppo e della cooperazione internazionale punta a fornire un'elevata professionalità nell'analisi dei fattori istituzionali e culturali e nella programmazione e gestione delle specifiche iniziative di cooperazione, indirizzate alla crescita delle società in via di sviluppo.

Il Corso, istituito dalle Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione, e di Lettere e Filosofia, offre conoscenze interdisciplinari e strumenti operativi per l'analisi e l'interpretazione dei contesti dei paesi emergenti e per la gestione di programmi e progetti per la pace e per la cooperazione internazionale allo sviluppo.

Fornisce altresì avanzate competenze necessarie per:

- l'ideazione, la redazione, l'attuazione e la direzione di programmi e progetti integrati di cooperazione allo sviluppo;
- l'applicazione dei principali metodi di monitoraggio e valutazione;

- l'utilizzo fluente, in forma scritta e orale, dell'inglese e una buona conoscenza della lingua francese, spagnola, con possibilità di accesso anche ad altre lingue;
- l'utilizzo degli strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione.

Nel secondo anno il curriculum di studio si articola in tre indirizzi altamente caratterizzanti, orientati a coniugare un elevato grado di conoscenza specialistica con un'adeguata formazione operativa:

- **Indirizzo Socio-politico-istituzionale;**
- **Indirizzo Economico;**
- **Indirizzo "Finance & Development".**

Al primo anno, comune a tutti gli indirizzi, sono previsti, in alternativa a insegnamenti in lingua italiana, anche corrispettivi insegnamenti in lingua inglese, che potranno essere seguiti da studenti stranieri e italiani nel rispetto del regolamento didattico.

Profili professionali e ambiti occupazionali previsti

I laureati in Scienze dello sviluppo e della cooperazione internazionale, per la fisionomia multidisciplinare del corso, potranno svolgere funzioni dirigenziali e di elevata responsabilità nella Pubblica Amministrazione, presso le organizzazioni nazionali e internazionali, anche non governative, presso società private nel campo della cooperazione allo sviluppo, del volontariato e del terzo settore, nonché presso istituzioni educative e della cooperazione sociale e culturale fra paesi a diverso livello di sviluppo. Essi potranno altresì fornire consulenza specializzata e attività di progettazione e operare presso enti di ricerca e studio nel campo dello sviluppo umano e sociale e del *capacity and institution building* e/o accedere a percorsi formativi avanzati nel campo delle scienze sociali.

Il Corso di laurea magistrale in Scienze dello sviluppo e della cooperazione internazionale prepara ai seguenti profili professionali:

- Esperto scenari economici
- Esperto di fund-raising per il terzo settore
- Corrispondente estero
- Dirigente di organizzazione culturale
- Dirigente di organizzazione umanitaria
- Dirigente di organizzazione non governativa
- Console
- Ambasciatore
- Segretario di legazione

- Responsabile di progetti di cooperazione e sviluppo

Articolazione del percorso formativo - 120 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno - Indirizzo Socio Politico Istituzionale - Indirizzo Economico	Cfu
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia contemporanea della cooperazione e dello sviluppo (M-STO/03) oppure Contemporary History (M-STO/04)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Pensiero politico della colonizzazione e della decolonizzazione (SPS/02) oppure Development and processes of colonization and decolonization (SPS/02)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Antropologia dello sviluppo (M-DEA/01) oppure Development anthropology (M-DEA/01)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Politica economica internazionale (SECS-P/02) oppure International economic policy (SECS-P/02)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Diritti umani e bioetica (IUS/14), Human rights and EU policies (IUS/14) oppure Modelli di federalismo e costituzionalismo multilivello (IUS/09)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Politica internazionale (SPS/04), International politics (SPS/04) oppure Politica e società nel Caucaso meridionale – l'Azerbaijan (SPS/11)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Popolazione e sviluppo (SECS-S/04), Metodi di analisi economica per i problemi dello sviluppo - Laboratorio de metodos de analisis de los problemas del desarrollo (SECS-S/03) oppure Population and development (SECS-S/04)	9
Totale	60

I anno - Indirizzo Finance & Development	Cfu
Contemporary History (M-STO/04)	9
Development and processes of colonization and decolonization (SPS/02)	9
Development anthropology (M-DEA/01)	9
International economic policy (SECS-P/02)	9
Human rights and EU policies (IUS/14)	9
International politics (SPS/04)	6
Population and development (SECS-S/04)	9
Totale	60

Il anno - Indirizzo Socio Politico Istituzionale		Cfu
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Politiche sociali per la cooperazione (SPS/07) oppure Comunicazione e culture delle religioni (SPS/08)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Sistemi sociali e politici dell'Africa contemporanea (SPS/13) oppure Storia dell'Eurasia (M-STO/03) oppure Storia dell'America Latina (SPS/05)		9
Sociologia dell'ambiente (SPS/10)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Geografia e governance dei processi di sviluppo (M-GGR/02) oppure Sociologia del welfare, mercato del lavoro e globalizzazione (SPS/09)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Laboratorio di inglese specialistico*, oppure Laboratorio della Cooperazione italiana*		3
Attività a scelta dello studente		9
Stage in Italia o all'estero		3
Tesi di laurea		18
	Totale	60

Il anno - Indirizzo Economico		Cfu
Biotecnologie e sviluppo sostenibile (SECS-P/13)		6
Politica agricola internazionale (AGR/01)		9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Management delle fonti energetiche (SECS-P/13) oppure Storia economica (SECS-P/12)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Diritto internazionale dello sviluppo (IUS/13) oppure Cooperazione e sviluppo nell'Unione Europea (SECS-P/02)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Laboratorio di inglese specialistico* oppure Laboratorio di fund-raising*		3
Attività a scelta dello studente		9
Stage in Italia o all'estero		3
Tesi di laurea		18
	Totale	60

Il anno - Indirizzo Finance & Development		Cfu
Humanitarian affairs (IUS/13)		6
Political Economy of Growth (SECS-P/02)		9
Innovative technologies and sustainability (SECS-P/13)		6
Quantitative models for international economic policy (SECS-P/02)		6
International organizations and development *		3
Attività a scelta dello studente		9
Stage in Italia o all'estero		3
Tesi di laurea		18
	Totale	60

*L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Completano l'offerta formativa magistrale altri due corsi di laurea interfacoltà, cui il CORIS partecipa, amministrati da altre Facoltà.

Corso di laurea magistrale interfacoltà in COMUNICAZIONE SCIENTIFICA BIOMEDICA

www.coris.uniroma1.it/biomedica1516

Classe LM-9, lauree in Biotecnologie mediche, veterinarie e farmaceutiche, e LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità. La sede amministrativa è la Facoltà di Farmacia e Medicina:

www.farmaciamedicina.uniroma1.it

Sito del Corso: <http://elearning2.uniroma1.it/course/index.php?categoryid=57>

Docenti di riferimento:

Fabio Naro (fabio.naro@uniroma1.it), *presidente, Facoltà di Farmacia e Medicina*, Michaela Liuccio (michaela.liuccio@uniroma1.it), *vicepresidente, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione*

Per informazioni: combiomed@uniroma1.it

Corso di laurea magistrale interfacoltà in DESIGN, COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE

www.coris.uniroma1.it/design1516

Classe LM-12, lauree in Design, e LM-19, lauree in Informazione e sistemi editoriali. La sede amministrativa è la Facoltà di Architettura: www.architettura.uniroma1.it

Docenti di riferimento:

Vincenzo Cristallo (vincenzo.cristallo@uniroma1.it) *coordinatore del Corso di Laurea, Facoltà di Architettura*

Francesco D'Amato (francesco.damato@uniroma1.it), *Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione*,

Per maggiori informazioni: SOrT - Facoltà di Architettura: sort.arc1@uniroma1.it

PLACEMENT

Il CORIS promuove numerose iniziative per l'accompagnamento al lavoro dei propri studenti: nel 2014 ha attivato 317 tirocini e stage con oltre 200 tra aziende, enti pubblici e organizzazioni non profit. Il monitoraggio costante del CORIS sul destino occupazionale dei propri studenti conferma la natura innovativa e professionalizzante dei percorsi formativi. www.coris.uniroma1.it/didattica/placement

L'OFFERTA POST-LAUREAM

Per un quadro esaustivo e per le informazioni e i contatti relativi all'offerta post-lauream, si veda www.coris.uniroma1.it.

I **Master**, di I e II livello, e i **Corsi di Alta Formazione** rappresentano un momento avanzato della formazione universitaria e uno strategico punto di contatto con il mercato del lavoro e delle professioni. www.coris.uniroma1.it/altaformazione; www.coris.uniroma1.it/master.

Il **Dottorato di Ricerca** è il più alto livello della formazione universitaria. Dura tre anni accademici e, per essere ammessi, occorre essere in possesso della laurea magistrale o equivalente e partecipare a un concorso pubblico. Nell'a.a. 2015-16 è attiva la Scuola di Dottorato Mediatrends. Storia, Politica, Società, cui afferiscono i Dottorati di Ricerca in Comunicazione Ricerca Innovazione [Dip. Comunicazione e Ricerca Sociale], in Storia dell'Europa e in Studi Politici [Dip. Scienze Politiche].

www.coris.uniroma1.it/dottorato, dottoratocomunicazione@uniroma1.it

STRUTTURE E SERVIZI

Biblioteca del Coris

Con un patrimonio di oltre 25.000 volumi italiani e stranieri e oltre 400 periodici, la biblioteca mette a disposizione degli studiosi e degli studenti un'importantissima raccolta di opere che approfondiscono soprattutto le tematiche della Sociologia della comunicazione, della Sociologia dei consumi, quella dei New media, della Comunicazione pubblicitaria e del marketing, delle Tecnologie e media digitali, della Metodologia della Ricerca e molte altre della Sociologia, dell'Antropologia e dell'Etnologia. Il materiale documentario è interamente catalogato ed è ricercabile per mezzo del catalogo pubblico. La biblioteca dispone di una sala di lettura adiacente ai locali della biblioteca da 20 posti e di una sala di lettura adiacente il Centro congressi (Sala Rossa) da 40 posti. www.coris.uniroma1.it/biblioteca

CorisLab - Laboratorio di Comunicazione e Ricerca Sociale

Fornisce mezzi di calcolo hardware e software e servizi di supporto tecnico-informatico e statistico-metodologico alla ricerca scientifica e alla didattica. Offre consulenza e assistenza agli studenti interessati allo sviluppo di tesi sperimentali, ai dottorandi e ai docenti. Realizza laboratori e seminari su software di analisi dei dati numerici e testuali a diversi livelli di complessità con un'offerta formativa rivolta anche a utenti esterni. Per ulteriori informazioni, servizi, orari e riferimenti:

www.coris.uniroma1.it/corislabor

www.facebook.com/Corislab.Sapienza

twitter.com/corislabor

LabCom (Laboratorio di Comunicazione)

Il LabCom (Laboratorio di Comunicazione) si occupa della progettazione e gestione dei servizi web utili alla didattica e alla ricerca. Il laboratorio contribuisce inoltre alla costruzione di un'identità chiara e ben definita del Dipartimento coris, sia on che off line.

In particolare si occupa dello sviluppo di spazi di interazione tra docenti e studenti. Attraverso aree di accesso riservate i professori possono gestire news, inserire materiale didattico,

inviare mail agli iscritti ai loro insegnamenti. Gli studenti accedono alla loro pagina personale per registrarsi ai corsi, richiedere crediti formativi e gestire la tesi di laurea. Inoltre garantisce agli uffici e alle segreterie l'accesso a procedure automatizzate per l'amministrazione di alcune pratiche burocratiche (assegnazione cfu per stage, tirocini, elenco laureandi e laureati, etc.). Altra attività del LabCom è rappresentata dalla comunicazione on line attraverso i social network sites (Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube e Tumblr) interpretati come amplificatori informativi delle iniziative del Dipartimento e come strumenti di assistenza e supporto alle aspiranti matricole e iscritti.

www.coris.uniroma1.it/labcom-laboratorio-di-comunicazione

Servizi rivolti agli studenti con disabilità

In supporto allo Sportello di Ateneo per le relazioni con gli studenti disabili, il coris si è dotato di uno specifico servizio di accoglienza e informazioni al quale gli studenti che ne abbiano necessità possono rivolgersi, anche in fase di pre-iscrizione.

Via Salaria 113 (2° piano, stanza 213). T (+39) 06.49918458.

Delegato: Ivetta Ivaldi. ivaldiivetta@tiscalinet.it; ivetta.ivaldi@uniroma1.it;

T (+39) 338.9222952. Ricevimento: mercoledì, ore 16-18.

Altre strutture e servizi

- **Ufficio Erasmus:** www.coris.uniroma1.it/erasmus
- **Ufficio AFE/STAGE** (Attività Formative Esterne/Stage): www.coris.uniroma1.it/afe-stage
- **Ufficio CADI** – Attività Didattiche Integrative: www.coris.uniroma1.it/cadi-ufficio-attivita-didattiche-integrative
- **Ufficio Tesi di Laurea:** www.coris.uniroma1.it/tesi
- **Garante degli studenti:** www.coris.uniroma1.it/garantestudenti

SEDI

La sede del CORIS (uffici, studi docenti, laboratori, biblioteche, aule) è in Via Salaria 113. Alcuni studi docenti e attività di ricerca sono ubicate in Corso d'Italia 38/A.

Le lezioni si tengono presso:

- **Aule di Via Salaria 113:** Centro Congressi, Aula Magna, Aula Oriana (ex A1), Aule B9, B10, 201, Aula Mauro Wolf, Aula Master, Aula Consiglio
- **Aule di Via Principe Amedeo 184 (ex Caserma Sani):** Aula Magna, Aule 4, 6, 9, 10, 11. Questa sede ospita anche la Segreteria amministrativa
- **Aule della Città Universitaria, Piazzale Aldo Moro 5:** Aule Blu 1 e Blu 2
- **Aule di Corso d'Italia 38/A:** Aula Fongoli

CALENDARIO DIDATTICO 2015-2016

www.coris.uniroma1.it/calendario

LEZIONI

Primo semestre: dal 21 settembre 2015 al 12 dicembre 2015. Eventuali lezioni di recupero potranno essere svolte tra il 14 e il 19 dicembre 2015.

Secondo semestre: dal 22 febbraio 2016 al 21 maggio 2016 (festività pasquali dal 24 al 30 marzo 2016 inclusi). Eventuali lezioni di recupero potranno essere svolte tra il 23 e il 28 maggio 2016

SESSIONI D'ESAME

Dal 01/09/15 al 19/09/15

Sessione autunnale

1 appello di tutte le materie dell'a.a.

2014/15 **Dal 06/10/15 al 08/11/15**

Sessione laureandi e di recupero

1 appello riservato a limitate categorie di studenti (vedi www.coris.uniroma1.it/calendario)

Dal 01/12/15 al 16/12/15 Sessione laureandi

1 appello di tutte le materie dell'a.a.

2014/15 per i soli laureandi della sessione di gennaio 2016 (dettagli sul numero massimo di crediti/esami www.coris.uniroma1.it/calendario)

Dal 07/01/16 al 15/01/16

Sessione invernale 2014/2015

1 appello di tutte le materie dell'a.a.

2014/15 **Dal 07/01/16 al 20/02/16**

prima sessione 2015/2016

3 appelli per tutte le materie i cui corsi si siano svolti nel primo semestre dell'a.a.

2015/16 **Dal 06/04/16 al 03/05/16**

Sessione laureandi e di recupero

1 appello riservato a limitate categorie di studenti (vedi www.coris.uniroma1.it/calendario)

Dal 01/06/16 al 23/07/16

Sessione estiva

3 appelli di tutte le materie dell'a.a. 2015/16

Dal 01/09/16 al 17/09/16

Sessione autunnale

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2015/16

SESSIONI DI LAUREA

Dal 13 al 28 ottobre 2016

Sessione autunnale 2014-2015

Aperta a tutti gli ordinamenti

Dall'1 al 17 dicembre 2016

Sessione invernale 2014-2015

Aperta agli iscritti alle Lauree triennali di ordinamento 509 e 270

Dal 12 al 22 gennaio 2016

Sessione invernale 2014-2015

Aperta agli iscritti alle Lauree Specialistiche/Magistrali (ord. 509 e 270) e alla Laurea di Vecchio Ord. Quinquennale

Dal 14 al 23 marzo 2016

anticipo Sessione estiva 2015/16

Aperta a tutti gli ordinamenti

Dal 5 al 23 luglio 2016

Sessione estiva 2015-2016

Aperta a tutti gli ordinamenti
Il calendario verrà di seguito integrato con le date della sessione autunnale 2015/2016 e di quelle invernali 2015/2016:

www.coris.uniroma1.it/calendario

MEDIAPERISCOPE

Tutto ciò che studia la comunicazione. MediaPeriscope è il nuovo magazine di Dipartimento che si propone di valorizzare le attività culturali e di ricerca, in continuità con le riviste promosse fin dal 2004. Uno spazio aperto ai contributi di studenti e docenti sui temi della comunicazione e dei media. www.mediaperiscope.it